



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2012

**Strategičeskoe upotreblenie ironii v social'nyx i političeskix televizionnyx
tok-šou**

Mazara, Jekaterina

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-81419>

Book Section

Published Version

Originally published at:

Mazara, Jekaterina (2012). Strategičeskoe upotreblenie ironii v social'nyx i političeskix televizionnyx tok-šou. In: Rozanova, N. Problemy rečevogo obščeniia. Moscow: Nauka/FLINTA, 278-287.

Винокур Т.Г. Об эллиптическом словоупотреблении в современной разговорной речи // Развитие лексики современного русского языка. М., 1965. С. 36–37.

Галкина-Федорук Е.М. О нулевых формах в синтаксисе // Русский язык в школе. 1962. № 2. С. 6–12.

Лекант П.А. Синтаксис простого предложения в современном русском языке. М., 1974.

Леонтьева Н.Н. Анализ и синтез русских эллиптических предложений // Научно-техническая информация. 1969. № 11.

Сай С. Эллиптические конструкции: структура и функционирование (на материале русского языка). Дипломная работа. СПб., 2002.

Ширяев Е.Н. О некоторых показателях незамещенных синтаксических позиций в высказываниях разговорной речи // Русская разговорная речь. М., 1973. С. 288–313.

Е.В. Мажара (Цюрих)

Стратегическое употребление иронии в социальных и политических телевизионных ток-шоу

Введение

Иронические высказывания можно использовать с разными намерениями: как выражение открытой или скрытой агрессии (насмешка, оскорбление и т.д.) или с целью усиления позитивных отношений (эмпатическое употребление иронии). Агрессивно иронию можно использовать как: 1) акт, угрожающий позитивному лицу¹ оппонента с целью повредить его имидж, его аргументацию или целую политическую

¹ Под *актом, угрожающим лицу*, подразумевается *FTA*, описанный в теории вежливости в [Brown, Levinson 1978]: высказывание одного человека противодействует желаниям другого (желаниям сохранить позитивное или негативное лицо). *Позитивное лицо* – это тот образ, который создает человек, представляя себя публично, стремясь получить от окружающих одобрение этого образа. *Негативное лицо* – обнаруживается при отстаивании участником коммуникации своего права на личную сферу, т.е. свободу от «наложений» и право действовать так, как он считает нужным [Там же].

группу, к которой он относится, подняв оппонента на смех; 2) акт, угрожающий негативному лицу оппонента, посредством которого говорящий пытается спровоцировать невежливый ответ, агрессию, потерю контроля и т.д.

Неагрессивно иронию можно употребить для: 1) подкрепления собственного лица, обнаружив остроумие и чувство юмора; 2) выражения самоиронии, которая демонстрирует способность говорящего смеяться над самим собой, что существенно для создания эмпатии; 3) защиты собственного негативного лица. Кроме того, неагрессивная ирония может являться частью коммуникативного «ритуала» некоторых телевизионных шоу.

В этой статье мы будем рассматривать факторы, которые могут влиять на употребление иронии в телевизионных ток-шоу. Сначала мы сопоставим социальные и политические ток-шоу, а затем остановимся более подробно на обсуждении ряда примеров.

Существуют различные подходы к исследованию иронии, причем ее отграничение от родственных явлений (стратегий) оказывается непростым. В ироническом высказывании в целях достижения юмористического эффекта говорящий может нарушать одну или несколько максим Грайса [Grice 1975]. Это может быть, например, насмешка над собеседником или кем-то третьим [Lapp 1992].

Сопоставление социальных и политических ток-шоу

Прагматическая вариативность иронии связана не только с эффектом, который говорящий стремится вызвать, но и с другими факторами: адресаты, для которых ирония должна быть понятной (говорящий может не хотеть, чтобы собеседник понял ироническое замечание, а вместо того направить скрытое сообщение к третьим лицам, например, зрителям или публике); решение маркировать или не маркировать ироническое замечание фонетическими показателями (особое ударение, изменение тембра голоса, и т.д. [Mažara 2012]) и множество других факторов, которые влияют на восприятие / декодирование иронии. Силу этих факторов говорящий не всегда может точно предопределить: «ситуация, предтекст, психологический фон высказывания, знания об отношении говорящего к объекту оценки, источник цитирования, и много других» [Ермакова 2005: 64]. Из-за трудности предсказать влияние и воздействие всех факторов при беседе могут возникнуть

коммуникативные неудачи: «1. Непонимание иронии там, где она есть. 2. Восприятие текста как иронического там, где иронии нет» [Там же].

Соответственно, обстановка, в которой проходит разговор, играет большую роль. Если сравнить два типа ток-шоу¹, а именно социальные и политические, сразу бросается в глаза разница в коммуникативных стилях. Среди гостей социальных ток-шоу обычно нет знаменитостей; участники передач – рядовые граждане, не имеющие опыта публичных выступлений. Участниками передач на политическую тему являются известные люди – политики с определенным «имиджем», стремящиеся в своих публичных выступлениях соответствовать сложившемуся образу. Так, если политик пользуется репутацией более спокойного, уравновешенного и рационально мыслящего человека, он будет стараться реагировать на выступления оппонентов менее эмоционально, чем политик, известный как вспыльчивый, агрессивный участник разговора. Кроме того, сам формат шоу может создавать особый эмоциональный фон. В некоторых шоу общение оппонентов представляет собой своего рода «бой», из которого один из собеседников обязательно должен выйти победителем (ср., например, передачи «Поединок с В. Соловьевым» и «Исторический процесс»). Такой «формат» бесед характерен в первую очередь для политических ток-шоу.

В социальных ток-шоу обычно предлагается для обсуждения какая-либо определенная тема. Приглашенные в студию гости высказывают свое мнение, как правило, не противопоставляя его конкретному оппоненту. В таких передачах редко ведется связный разговор. В основном выступает большое количество гостей и «экспертов» (заметим, что не все из них являются специалистами в этом вопросе). Они рассказывают о событиях, делятся личным опытом, высказывают свое мнение. При этом редко возникает настоящая дискуссия: реакции гостей, «экспертов» и публики в основном эмоциональны и спонтанны. Единственная цель собеседников – высказать собственное мнение, а цель передачи – развлечь зрителей.

Одна из задач политических ток-шоу – также развлечение публики, но в них важнее не собственные истории гостей, не челове-

¹ Для этой статьи мы сравнили следующие телевизионные ток-шоу: из социальных – три трансляции передачи «Прямой эфир» и три – «Пусть говорят», а из политических – три трансляции передачи «НТВшники», две трансляции передачи «Поединок с В. Соловьевым» и три трансляции передачи «Исторический процесс».

ческие эмоции, а «поединок» между политиками, представляющий, как правило, конфронтационный диалог. Ожидания от таких ток-шоу другие: позиции участников поединка четко маркированы, так что политики-гости должны бороться, так сказать, «за правду» (ср. термин «confrontainment» в [Hess-Lüttich 2007]). Агрессивная ирония в таких условиях вполне оправданна и преследует две цели: продемонстрировать остроумие и находчивость говорящего, одной стороны, и создать негативный образ оппонента, повредив его имиджу – с другой.

В социальных ток-шоу агрессивная ирония менее уместна, так как она может затронуть личную сферу кого-либо из гостей, рассказывающих собственную жизненную историю. В политических ток-шоу, наоборот, гости-политики являются своего рода «аватарами» мнений и идей своей партии и поэтому, как кажется, насмешки здесь более уместны. Лицо политика принадлежит не только ему самому, а является частью имиджа партии, которую он представляет. Поэтому большую роль здесь играет, с одной стороны, стратегия самопрезентации, а с другой – стратегия представления соперника и его партии. Ироническая агрессия против собеседника является атакой на всю стратегию оппонента и в некоторых случаях она отражает суть общей стратегией партии, которую представляет сам говорящий. Дополнительным обстоятельством, способствующим созданию иронического образа и его правильной интерпретации, является то, что собеседники, будучи публичными людьми, хорошо знают друг друга и владеют «фоновыми знаниями».

Привлекательность бесед с политиками с точки зрения теории вежливости повышается разнонаправленностью их высказываний. Политики отвечают на вопросы ведущего, но при этом обращаются одновременно к сопернику, к публике в студии и к телезрителям. В некоторых шоу публика может даже активно включаться в беседу и задавать вопросы, что также влияет на вербальное поведение политиков.

Обсуждение примеров

Так как политические ток-шоу представляют большой интерес для изучения взаимосвязи иронии и категории вежливости, обратимся к примерам, взятым из соответствующих телевизионных передач¹.

¹ В шести трансляциях социальных ток-шоу, которые мы просмотрели, иронические высказывания попадались очень редко: мы нашли лишь две иронические заметки и обе относились к «конвенциональному типу иронии» (см. [Шмелев 1958]). Кроме того, они не вызвали у участников никаких реакций.

Ирония может служить отличительной чертой участника дискуссии. Обратимся к одной из трансляций телевизионного ток-шоу «Поединок с Соловьевым». Сам формат передачи предполагает конфронтационное противостояние противников, о чем свидетельствует и слово *поединок* в ее названии. Подобная «драматургия» шоу определяется и поведением его ведущего Владимира Соловьева, который нередко провоцирует гостей, побуждая их к агрессии. В приводимом ниже фрагменте (1) в качестве оппонентов выступают известные политики, лидеры популярных политических партий, – В. Жириновский и С. Миронов.

Из примера (1) видно, что В. Жириновский пытается позиционировать себя более агрессивным соперником с первых секунд передачи. Его начальный монолог является демонстрацией избранной стратегии речевого поведения. Своими атаками на «позитивное лицо» С. Миронова и его партии Жириновский старается побудить соперника к ответной вербальной агрессии.

(1)

Жириновский: На Руси всегда спрашивали: «кому хорошо жить на Руси?» и не могли ответить. *Я отвечаю: в нашей стране хорошо жить Сергею Михайловичу Миронову. Почему? Друг хозяина, начальника России Путина*¹. И все, что хочет, то и делает Миронов. Надо вам – будет председателем загса в Петербурге; надо – Совет Федерации; надо – любую фракцию в государственной думе; надо – любые деньги будут. *Вот единственный человек, который довольный, потому что ему всё обеспечивает его большой друг. И стесняться не надо.* Вы друг Путина и на этих выборах вы будете ему помогать. *Вы суфлер его, вы статист его, вы его помощник.*

Миронов: России нужна смена социально-экономического курса... [Поединок с Владимиром Соловьевым – выпуск 49, 26.1.2012, Жириновский против Миронова]

В отличие от Жириновского, который сразу показывает себя агрессором и атакует оппонента, Миронов стремится отвечать по существу, излагая свою точку зрения без ненужных атак, направленных на собеседника. Такая спокойная реакция (вместо ожидаемого взрыва) на провокацию, угрожающую его позитивному лицу, может спасти позитивное лицо в глазах тех, кому начальная атака казалась несправедливой.

¹ Курсивом выделены высказывания, содержащие иронию – Е.М.

С их точки зрения, действуя подобным образом, Миронов не проявляет слабости, а, наоборот, демонстрирует свое преимущество.

Ирония, особенно агрессивная и нацеленная на других, может также служить опорой и телеведущему В. Соловьеву. Рассмотрим это на следующем примере (2).

(2)

Соловьев (после громкого спора гостей): Я понял. То есть сегодня у меня две партии. Так. *Одна партия американских шпионов, другая – партия, пожирающая по утрам христианских младенцев.* (...)

В момент острой дискуссии у Соловьева могут появиться разные мотивы для использования иронической стратегии: он может доказать, что умеет остроумно вести дискуссию, агрессия помогает более эффективно пересечь спор. Действуя подобным образом, он не только прерывает громкий словесный поединок, но к тому же насмешливо подытоживает его. Таким юмористическим обобщением он одновременно еще и выражает свое собственное мнение (оба политика неправы). Это высказывание является атакой прежде всего на позитивное лицо обоих собеседников. Но одновременно, хотя в меньшей степени, атакует негативное лицо участников поединка, так как отбирает у обоих слово.

Обращает на себя внимание пример (3), в котором у Жириновского, кажется, не хватает настоящих аргументов. Он пытается атаковать позитивное лицо Миронова, но ему не удается это сделать прямым путем, т.е. репликой на только что высказанное Мироновым, и поэтому он, нападая на соперника, использует абсурдный аргумент.

(3)

Миронов: (говорит о социальной несправедливости, о борьбе с коррупцией, о налогах, политических реформы и т.п.; в заключение он подчеркивает, что следует учесть не только выборы президента, но и губернаторов).

Жириновский (кричит): Сергей Михайлович *подтверждает, что он не понимает, в какое время он сейчас живет. Сегодня январь, 12-го года, через 30 дней выборы президента! А вы застряли в октябре 11-го года, когда шли выборы в Госдуму.* Причем здесь выборы губернатора! Вы чё, не понимаете? Вы понимаете, что вы кандидат в президенты России?! Так об этом говорите!

Так как Жириновский не решается поставить под сомнение идею проведения реформ (понимая, что реформы нужны), он не может прямо реагировать на аргументы Миронова. Поэтому атака Жириновского

направлена против второстепенной задачи: надо избирать и хороших губернаторов, не только президента. За этим скрывается попытка Жириновского атаковать позитивное лицо Миронова, представляя его как человека, который не говорит открыто о своих прямых намерениях.

Поскольку для проверки успеха иронических атак важны не столько реакции соперников, сколько реакция зрителей, было бы очень интересно узнать, как на такие атаки реагируют зрители: успешна ли стратегия Жириновского?

Среди политиков, часто выступающих по телевидению, Жириновский отличается специфическим стилем общения. Это может вызывать разные реакции в зависимости от личных предпочтений зрителей. Некоторые зрители оценивают его стиль как слишком грубый и хамский. С точки зрения этих зрителей, Жириновский портит свое позитивное лицо и вредит имиджу своей партии – ЛДПР. С другой стороны, есть зрители, которым такой стиль нравится. В их глазах Жириновский демонстрирует свое преимущество, т.е. это усиливает его позитивное лицо.

Политики, бесспорно, знают, какую стратегию хотят использовать и какому типу публики они таким способом могут понравиться. Однако следует добавить, что полностью возможную реакцию зрителей на слова говорящего предвидеть трудно. Именно поэтому Жириновский открывает возможность для контратаки.

Как покажет наш последний пример, отсутствие реакции на атаку также можно считать стратегической реакцией. Приводимый ниже отрывок – это фрагмент беседы Б. Немцова и А. Мединского (телепередача «НТВэшники»).

(4)

Мединский (Единая Россия): ... мы очень надеемся, что, придя к власти на 6 лет, Путин проведет реальную реформу полиции, милиции. (некоторые смеются)

Немцов: *А 12 лет он чё делал? он ЧТО делал 12 лет?*

(Не видно, кто говорит) Мы каждый срок Путина ждем, что что-то изменится...

Мединский: Я скажу: очень много важных и нужных вещей было сделано, которых не было сделано в 90-е годы. И такое, знаете, досталось, что пришлось разгребать после 90-х. Очень много важных и нужных вещей НЕ сделано. Надо дать возможность челове... Вот, поймите, его программа показывает, что он лучше кого бы то ни было в стра-

не вообще. Не только этих пяти человек, я вообще ни одного человека не видел, который бы лучше Путина реально разбирался в проблемах страны. Давайте дадим ему...

Хреков (телеведущий): Потому что он не подпускал никого [...] к этому опыту.

Мединский: [давайте дадим ему] шанс завершить свою программу. Но не мы дадим... [...]

Немцов: *[а можно узнать], когда он довершит?! Путин знает, что делать! Если б он знал, что делать, мы за 12 лет в цветущей стране были. а сейчас в итоге кроме нефти и газа и его экспорта у нас ничего нет.*

[НТВэшники – 29.1.2012, тема «Если не Путин, то кто?»]

Своими агрессивными вопросами (частично они носят риторический характер) Немцов пытается спровоцировать оппонента, но тот, не поддаваясь на провокацию, продолжает отвечать деловым, спокойным тоном. Провокация Немцова опять же представляет собой атаку на несколько «лиц». Во-первых, в первую очередь это атака на лицо собеседника, но также объектами агрессивного воздействия становятся партия «Единая Россия» и Путин. Во-вторых, идет атака и на оба (позитивное и негативное) лица адресата. Позитивное лицо затрагивается тогда, когда Немцов опровергает высказывания Мединского. Настойчиво задавая одни и те же вопросы, Немцов стремится проникнуть в негативную сферу собеседника, т.е. воздействует на его негативное лицо. Но Мединский, не отвечая на атаку, говорит спокойно, повторяя официальную позицию своей партии. Такая стратегия сигнализирует о том, что он не даст себя спровоцировать, будучи уверенным в успехе своей партии на выборах. Прямой ответ на такие вопросы Немцова был бы равносителен признанию правоты оппонента. Эта спокойная реакция защищает и позитивное и негативное лицо говорящего, так как Мединский не отступает от сказанного и не позволяет сопернику принудить его к другому ответу и к признанию ошибок партии «Единая Россия». Эта удачная защита позитивного лица подкрепляет имидж и придает «фактам», о которых говорит Мединский, более надежную основу.

Чем агрессивнее говорит соперник, тем лучше срабатывает такая стратегия, так как ее эффект увеличивается за счет контраста со стратегией соперника: последний выглядит более слабым, так как ему не остается ничего кроме агрессивной реакции. По поводу этого примера также было бы интересно узнать реакцию не столько публики, при-

существующей в телестудии, сколько телезрителей, так как в публике в основном сидят сторонники обеих партий-соперниц; между тем было бы интереснее узнать оценку беспристрастных зрителей.

Успех стратегии игнорирования агрессии первого вопроса закрепляется вторым вопросом Немцова. Сначала Немцов повторяет тактику первого вопроса (агрессивный иронический риторический вопрос), но так как та не сработала, он усиливает ее, подчеркивая те пункты, на которые собеседник должен реагировать. В этом следует усматривать адаптацию собственного стиля к стилю соперника после неуспешной первой атаки. Немцов вынужден не только реагировать эмоционально и агрессивно, но предъявить факты. После реплики Мединского позитивное лицо Немцова пострадало от того, что он выглядел необоснованно агрессивным и неделовым, поэтому он должен исправить и укрепить свое позитивное лицо предъявлением фактов вместо того, чтобы иронизировать над ответом соперника.

Заключение

В данной статье мы рассматривали агрессивное употребление иронии в телевизионных ток-шоу и воздействие этой стратегии на позитивное и негативное лица оппонентов. Сначала мы сопоставили социальные и политические ток-шоу и указали на то, что употребление иронии, особенно агрессивной, более приемлемо и чаще встречается в политических ток-шоу. В социальных ток-шоу вербальная агрессия встречается реже, чем в политических, и это не может не повлиять на речевое поведение собеседников.

Потом мы обсуждали несколько примеров, иллюстрирующих, какие речевые стратегии могут использоваться говорящие, прибегая к агрессивной иронии. Одним из главных свойств иронии с точки зрения теории вежливости является невозможность точно предвидеть эффект атаки. Например, попытка нанести ущерб позитивному лицу оппонента не означает, что оно на самом деле пострадало, так как эффективность такой атаки зависит не только от оппонента, но также и от реакции третьих лиц, наблюдающих за поединком (т.е. телезрителей). Нередко вербальная агрессия может угрожать позитивному лицу самого говорящего, если атака на оппонента представляется зрителям неумеренной или необоснованной (когда у зрителей создается впечатление, что оппонент агрессивен из-за отсутствия фактов и убедительных доказательств). В то же время ироническое воздействие может

достигнуть цели, если речевое поведение говорящего покажется зрителям остроумным и забавным. Поскольку так много зависит от реакции зрителей, было бы целесообразно путем опросов исследовать эффект иронических высказываний не только у присутствующих соперников и публики, но и у телезрителей.

Литература

- Brown P., Levinson S.* Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge, 1978.
- Ермакова О.П.* Ирония и ее роль в жизни языка. Калуга, 2005.
- Grice H.P.* Logic and Conversation // Syntax and Semantics, Speech Acts. Vol. 3. New York, 1975. P. 41–58.
- Hess-Lüttich, E.W.B.* (Pseudo-)argumentation in TV-debates // Journal of Pragmatics. 2007. № 39(8). P. 1360–1370.
- Lapp E.* Linguistik der Ironie. Tübingen, 1992.
- Mažara J.* Ironie, Freund oder Feind? Zur Auswirkung von Ironie auf das Höflichkeitsmanagement // m*OST 2010: Oesterreichische Studierendentagung für Slawist Innen. Slavistische Beiträge. Bd. 486. München; Berlin, 2012.
- Шмелев Д.Н.* Экспрессивно-ироническое выражение отрицания и отрицательной оценки в современном русском языке // Вопросы языкознания. 1958. № 6. С. 63–75.

Т.А. Милёхина (Саратов)

Национальное и интернациональное в российской корпоративной коммуникации¹

Реформы конца XX века изменили экономическую систему России, привели к появлению частной собственности, обусловили внедрение западных технологий управления, возникновение новых хозяйственных и производственных структур. Российская интеграция

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ № 11-06-91002-АНФ_а.